

У літературі, переважно, розглядають економічні функції агротуризму. Разом з тим, агротуризм виконує інші, не менш важливі функції, що пов'язано з тим, що агротуризм – це також різні контакти: людини і природи, міського і сільського способу життя, історії, культури тощо. Розглядаючи виховні функції агротуризму, вихідними приймемо два пункти:

- 1) вони можуть бути позитивні й негативні;
- 2) можна розглядати з погляду як туристів, так і господарів.

Виховні функції агротуризму відносно до сільських жителів:

- формування нових умінь в обслуговуванні гостей, зокрема туристів, що приводить до виникнення нових місць праці і професій на селі;
- розширення знань на тему історії, культури, традицій та природи сільської місцевості та її околиць – посилення самоосвіти селян;
- формування поведінки, поглядів стосовно до інших осіб;
- виховання молоді в збереженні традицій та гордості за свій регіон.

Отже, агротуризм є формою підсобної діяльності селянських господарств, відпочинку, безпосередньо пов'язаного з перебуванням у цьому господарстві, використання його потенціалу та навколишніх атракцій. Відзначене значення агротуризму свідчить про потреби ідентифікації цього виду діяльності та розроблення відповідного механізму його впровадження і підтримки на державному і регіональному рівнях.

Література

1. Губені Ю.Е. Європейський досвід та теоретичні засади агротуризму / Ю.Е. Губені // Вісник Львівського ін-ту економіки і туризму. – 2007. – № 2. – С. 50-55.
2. Зінько М. Ще раз про сільський туризм, агротуризм, екотуризм і зелений туризм / М. Зінько, Г. Кінаш, Я. Дідик та ін. // Туризм сільський зелений. – Спецвипуск. – 2002. – № 2. – С. 2-7.
3. Кудла Н.С. Агротуризм: перспективи розвитку в Україні / Н.С. Кудла // Наука, інновації та розвиток регіонів : тези Міжнарод. наук.-практ. конф. – Львів, 2004. – С. 56-63.
4. Прокопа І.В. Соціальні аспекти розвитку сільських територій // Економіка АПК : міжнар. наук.-виробн. журнал. – 2005. – № 11. – С. 48-51.
5. Черевко Г. Агротуризм як напрям розвитку агробізнесу в сільських прикордонних регіонах України / Г. Черевко, В. Липчук, Г. Іваницька // Регіональні умови розвитку сільських прикордонних регіонів Польщі і України. – Жешов-Львів, 2003. – С. 173-188.
6. Gilewicz M. Agroturystyka. Najwazniejsze przepisy / M. Gilewicz. – Bydgoszcz : Wyd-wo APRA, 2000. – 80 s.

Рибун Л.В., Стрычак Г.В. Сущность и значение агротуризма

Рассмотрена сущность и разные подходы к определению агротуризма, показана его социально-экономическое и эстетическое значение для отдыхающих, сельских хозяйств, экономического развития региона, формирования соответствующей инфраструктуры.

Ключевые слова: сельский туризм, агротуризм, личные сельские хозяйства, сельская инфраструктура, село.

Ribun L.V., Strichak G.V. The main approaches of the agrotourism

The main approaches to determination of agrotourism are considered. Its social, economic, cultural and aesthetic significance for the holidaymakers, the economy, region's development as well as forming of appropriate infrastructure is presented.

Keywords: countryside tourism, an agrotourism, private farms, agricultural infrastructure, a village.

УДК 338.48:332.1

**Проф. О.І. Мілашовська, д-р екон. наук;
доц. Н.М. Гоблик-Маркович, канд. екон. наук –
Мукачівський державний університет**

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Визначено передумови розвитку туризму в Закарпатській області. Досліджено основні перспективні напрями активізації розвитку туризму в регіоні. Запропоновано створення туристичного кластера в Закарпатській області, що сприятиме розвитку туризму й підвищенню рівня конкурентоспроможності туристичного регіону.

Ключові слова: маркетингова стратегія розвитку туризму, туристичний кластер прикордонної території, транскордонне співробітництво у сфері туризму.

Постановка проблеми. Головною метою розвитку туризму прикордонного регіону є забезпечення його збалансованості між екологічною, економічною та соціальною складовими. Тому серед пріоритетів повинні бути насамперед екологічні фактори розвитку: оптимальне антропогенне навантаження на природні ресурси території, диверсифікація видів туризму: формування екологічно орієнтованих напрямів, що дасть змогу досягнути збалансованого розвитку туризму не лише прикордонного регіону, а й суміжних територій. Прикордонне положення Закарпатської області із країнами ЄС за сприятливих умов співпраці може забезпечити розвиток її туристичної сфери завдяки залученню позитивного досвіду реалізації туристичної діяльності в державах ЄС та сусідніх вітчизняних регіонах.

Закарпатська область має успішний досвід реалізації транскордонних проектів у сфері туризму, серед яких: "Велокраїна" (в рамках програми транскордонного співробітництва Румунія – Молдова – Україна); проект "Зелені Полонини – зелена магістраль для розвитку туризму та співпраці; проект "Управління транскордонними дистанціями в Закарпатській області та Саболч-Сагмар-Березькому регіоні"; "Гостинний дім" Програма розвитку транскордонного багатокультурного екоагротуризму: туризм, обмін культурними цінностями, економічний розвиток; проект "Міст через українсько-словацький кордон"; проект Програми добросусідства Польща – Білорусь – Україна за фінансової підтримки ЄС "Створення передумов для розвитку туристичної інфраструктури прикордонних територій на базі замкових комплексів"; Програма підтримки, підготовки та реалізації проектів транскордонного співробітництва у сфері туризму Мукачєва на 2011-2012 рр. [9]. Саме практика здійснення таких проектів сприяє налагодженню контактів із зарубіжними партнерами і дає змогу розробляти спільну стратегію дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику дослідження розвитку туристичної сфери регіонів України висвітлено у працях вітчизняних вчених: О.О. Бейдика, Л.С. Гринів, В.Г. Гуляєва, М.І. Долішнього, В.Ф. Кифяка, В.С. Кравціва, М.А. Любіцевої, М.П. Мальської, О.І. Мілашовської та ін. Що стосується розвитку маркетингових розвідок туристичних регіонів України, то цей напрям лише починає розвиватися і представлений окремими напрацюваннями І.В. Бережної, П.В. Гудзя, В.П. Мікловди, Д.М. Стеценка та ін. Але недостатньо уваги приділено створенню спеціальних інтегрованих структур із метою активізації туризму регіону.

Постановка завдання. Наукові дослідження показують, що маркетингове забезпечення розвитку туризму прикордонного регіону має організаційно-територіальне оформлення, реалізація якого можлива через перспективні нові форми – регіональні туристичні кластери. Тому метою роботи є саме визначення основних пріоритетних напрямів активізації туристичної діяльності в Закарпатській області завдяки створенню таких інтегрованих структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для отримання максимальної користі від туризму, прикордонний регіон повинен розробляти регіональну туристичну політику, що базується на стратегічному плануванні та є одним із напрямів соціально-економічної політики держави. Основною метою маркетингової стратегії розвитку туризму є створення високоефективного конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для обслуговування українських та іноземних громадян, а також робить значний внесок у розвиток економіки країни.

Для того, щоб реалізувати цю стратегію у сфері туризму, необхідно створити організаційну структуру, спроможну здійснювати пошук необхідної інформації, забезпечувати її узгодження між фірмою та оточенням, а також приймати раціональні рішення, пов'язані з функціонуванням підприємств на ринку. З цією метою у туристичних регіонах на адміністративному рівні повинні створюватися відділи і посади, відповідальні за формування туристичного продукту та його підтримку, пошук потенційних ринків збуту [6, с. 418].

Ця організаційна структура в Закарпатській області повинна орієнтуватися на туристичні можливості регіону із врахуванням туристських мотивів (культура країни, можливість оздоровлення, мальовничість природи, спорт та відпочинок). Наведені чинники є дуже важливими у процесі формування регіональної стратегії розвитку та слугують мотивами, що тісно пов'язані із ціною туристичних послуг, які надаються. Для підприємств галузі туризму є дуже важливим створення сприятливих умов функціонування розвитку на рівні регіону, що значно впливає на вибір ними цінової стратегії. У сучасних умовах органи влади тільки опосередковано беруть участь у розвитку туризму і формуванні цінових стратегій. Часто ціна є єдиною підставою як для вибору туру туристами, так і для формування цінової стратегії з боку підприємства. При цьому владні структури не беруть активної участі в ланцюгу взаємодії туристичних підприємств із туристами.

Ми пропонуємо ввести нову складову, яка коригувала б вибір цінової стратегії з комплексною метою: спонукання споживачів до користування туристичними послугами; збільшення обсягів пропозиції та її асортименту; більшої зацікавленості місцевих органів влади і органів самоврядування у динамічному розвитку туризму регіону. На нашу думку, напрямом досягнення поставленої стратегічної мети щодо комплексного розвитку туризму регіону є створення регіональних туристичних кластерів. Запровадження кластерної моделі поведінки підприємств та створення кластерів є способом відновлення довіри між урядом і бізнесом та трансформації ізольованих фірм у підприємницьку спільноту.

У стратегії розвитку туристичної індустрії створення кластерів дають змогу підприємствам гнучкіше реагувати на зміну умов ведення бізнесу. Ок-

рім цього, кластери можуть об'єднувати підприємства та установи як окремих регіонів, так і прикордонних територій суміжних країн для підвищення ефективності їх діяльності, стимулювання конкуренції та інновацій, залучення інвестицій, сприяння формуванню нових підприємств, враховуючи їх вигідне географічне прикордонне розташування. Доведено, що тільки повноцінний, розвинений (ТКПТ) може виконувати всі наведені вище функції. Тому ТКПТ повинен постійно розвиватись відповідно до встановленої стратегії.

Стратегічні пріоритети розвитку ТКПТ:

- популяризація кластерів та оптимізація їх діяльності: проведення тренінгів, бізнес-семинарів, брифінгів, участь у туристичних виставках, створення веб-сайту кластера, випуск рекламних матеріалів і прес-релізів, проведення періодичних економічних і туристичних форумів;
- організація турів еколого-історичного, науково-пізнавального та інших напрямів на основі дослідження цікавих територіальних центрів;
- організація перспективних для цієї території видів туризму;
- організація культурних форм дозвілля (наприклад, пісенні фестивалі) у межах кластерів;
- налагодження зв'язків між посередницькими організаціями (торговими, транспортними, маркетинговими фірмами, дистриб'юторськими, банківськими та кредитно-фінансовими тощо).

Ресурсним потенціалом ТКПТ є:

- матеріально-технічна база;
- контингент фахівців для забезпечення рекреаційного процесу;
- природно-рекреаційний потенціал;
- екскурсійні об'єкти: будинки-садиби видатних людей, замки, палаци, архітектурні ансамблі, історико-краєзнавчі музеї, меморіальні комплекси, культові споруди тощо;
- об'єкти екологічного туризму: території національних природних парків, ботанічних, ландшафтних, гідрологічних заказників, парків, дендропарків тощо.

Стратегія кластеризації туристичної індустрії, як і будь-якої іншої сфери матеріального чи нематеріального виробництва, передбачає не створення нових суб'єктів господарювання, а об'єднання на добровільних і взаємовигідних засадах існуючих виробників продукції та послуг. Метою такого об'єднання є вихід на новий рівень конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг завдяки координованості дій членів ТКПТ. Досягнення цієї мети можливе лише за умови побудови раціональної структурно-функціональної моделі ТКПТ [7, с. 26].

Регіональні органи влади за участю провідних науковців та туристичних організацій краю займаються діяльністю з метою інтеграції Закарпатської області в європейський туристичний ринок. Протягом останніх років укладено багато міжурядових та міждержавних угод про співробітництво в галузі туризму з країнами-сусідами в рамках Карпатського Єврорегіону, що є для Закарпаття перспективними туристичними ринками.

Така міжрегіональна й транскордонна співпраця передбачає отримання синергетичних ефектів за умови створення і просування інтегрованих туристичних продуктів, наприклад відпочинок у Карпатах тощо. Як засвідчив зарубіжний досвід [3], реалізація ефективного маркетингу можлива на рівні

регіонального (а в перспективі і транскордонного) туристичного кластера. А вже регіони, що пропонують комплексну концепцію туризму, є більш ефективними щодо управління туристичними ресурсами.

У нинішніх умовах наростаючого впливу процесів глобалізації та діяльності транснаціональних корпорацій в економіці Закарпатської області кластеризація залишається фактично єдиним ефективним механізмом досягнення конкурентоспроможності регіональної економіки, здатним протистояти негативному впливу глобальних змін. Отже, сучасна концепція маркетингу – формування партнерських відносин – лежить в основі формування кластерних ініціатив у туризмі прикордонного регіону.

Нові виробники, які приходять з інших видів економічної діяльності та розширюють набір послуг, прискорюють свій розвиток, стимулюючи пошук сучасних інноваційних технологій, проведення науково-дослідних робіт та забезпечують необхідні кошти для впровадження нових стратегій; взаємозв'язки кластера з зовнішнім середовищем постійно розширюються та набувають вагомості, підвищують конкурентоспроможність послуг та створюють нові можливості [5, с.78].

Новими можливостями є розростання кластера та вихід за межі адміністративного утворення: формування міжрегіональних та транскордонних туристичних кластерів. Об'єднання розрізаних фінансових, матеріальних, рекреаційних, трудових ресурсів регіону сприяє ефективному їх розподілу та залученню інвестицій туризму тощо. Тому необхідним є створення єдиної інтегрованої структури – транскордонного туристичного кластера.

Під "транскордонним туристичним кластером" (ТТК) пропонуємо розуміти близько розташовані території по обидва боки від кордону, що мають спільний туристичний ресурс, який здатний забезпечити функціонування географічно локалізованих суб'єктів господарювання із сформованими між ними системою формуючими зв'язками, що спрямовані на виробництво єдиного туристичного продукту.

Як стверджують науковці, центрами активізації транскордонного співробітництва потрібно вважати ті населені пункти, в яких спостерігається підвищена концентрація транскордонних контактів [4]. Для досягнення позитивних результатів, співпраця не повинна мати адміністративно-територіальні межі, а повинна базуватися на добровільній кооперації з метою підвищення рівня економічного розвитку певної території, створюючи так звані статистичні й програмні регіони для формування транскордонних туристичних регіонів.

З метою реалізації інтегруючої функції кордону необхідно досягнути визначеного рівня розвитку комунікаційної інфраструктури, необхідні організація та облаштування пунктів перепуску через кордон, розвиток автомобільного, залізничного, трубопровідного транспорту, енергомережі, зв'язку, каналізаційного господарства і водопостачання, побудова штучних споруд (мостів, терміналів), забезпечення складськими послугами, розрахованими на більші навантаження за рахунок транзиту.

Основними формами транскордонного співробітництва у сфері туризму є: єврорегіони (Карпатський єврорегіон, який сформований та території

Західної України), транскордонні туристичні кластери. Організаційною формою забезпечення таких утворень є стратегія розвитку транскордонного співробітництва й міжтериторіального розвитку у сфері туризму. В контексті маркетингової концепції розвитку прикордонного регіону, розвитку регіональних туристичних кластерів та транскордонного кластера доцільною буде маркетингова стратегія розвитку туризму.

Перспективні напрями активізації розвитку туризму регіону пов'язані безпосередньо із покращенням системи управління ним. Значне поліпшення системи управління туристичною сферою на регіональному рівні полягає у створенні управлінської вертикалі структурних підрозділів з питань туризму та курортів обласних державних адміністрацій (Постанова Кабінету Міністрів України від 15.05.2003 р., № 727) [1], а також посиленням програмування розвитку регіонального туризму. Пріоритети розвитку окремих туристичних центрів, зокрема, визначено у "Регіональній стратегії соціально-економічного розвитку Закарпатської області" [2].

Координуючі й організаційні основи діяльності регіонального туристичного кластера повинні належати регіональним органам влади й здійснюватися в рамках державно-приватного партнерства. Для організації ТТК потрібно визначити координаційну раду, яка узгоджувала б діяльність всіх його учасників-партнерів. На нашу думку, відновлення діяльності Ради з туризму Карпатського регіону, яку було створено у серпні 2001 р. Закарпатською, Івано-Франківською, Львівською та Чернівецькою облдержадміністраціями, сприяло б функціонуванню транскордонного туристичного кластера в рамках Карпатського єврорегіону.

Центральним та місцевим органам влади з питань рекреації і туризму в найближчий термін необхідно вирішити масштабні завдання щодо:

- створення сприятливих умов для залучення інвестицій;
- забезпечення стимулювання розвитку туризму в депресивних регіонах;
- створення нових робочих місць;
- запровадження реальних механізмів стимулювання будівництва і реконструкції готелів та інших об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної сфери;
- реалізації комплексу заходів для розвитку масового внутрішнього туризму, зокрема молодіжного та дитячого, і створення відповідної інфраструктури як чинника підвищення якості життя громадян України;
- сприяння розширенню діяльності міжнародних готельних мереж;
- використання пам'яток культурної спадщини для розвитку інфраструктур і туризму;
- розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та системи безпеки туризму;
- подальшого спрощення процедури отримання в'їзних віз в Україну аж до повної відміни візового режиму щодо туристів з країн ЄС, США та інших економічно розвинених держав світу;
- створення прозорого та цивілізованого туристичного і курортного ринку;
- формування належного інформаційного супроводу у транскордонному співробітництві у сфері туризму з метою усунення інформаційної асиметрії: організація масштабних маркетингових заходів з метою просування регіональ-

ного туристичного продукту Закарпаття, участь у міжнародних туристичних виставках, активне освоєння інтернет-простору й промоція туристичних продуктів і засобів розміщення тощо.

Виконання зазначених завдань дасть змогу перетворити туристичну сферу на вагоме джерело наповнення державного бюджету. Туристичну галузь Закарпаття на місцях представляють обласні, міські, районні структурні підрозділи та безпосередньо туристичні підприємства й організації. Однак між цими організаціями існує слабкий зв'язок, що не дає змоги ефективно використовувати існуючого туристичного потенціалу. Саме дія кластерів на регіональному рівні дасть змогу скоординувати цінову політику підприємств галузей, яка є однією з домінуючих проблем краю. Погоджуючись на співробітництво у кластері, туристичні підприємства мають менше конкурентів і одночасно розвивають внутрішні та зовнішні зв'язки.

Перспективним напрямом є також формування транскордонних туристичних агломерацій місцевого значення, які спроможні підвищити соціально-економічний розвиток ТТК. Такі прикордонні туристичні агломерації пов'язані між собою спільним статусом перетину державного кордону, місцевим прикордонним рухом, їхній туристичний потенціал взаємно доповнюється, тож згодом можна буде сформувати специфічну інфраструктуру обслуговування туристів у прикордонній смузі, одночасно створюючи робочі місця для місцевого населення [8].

Отже, пріоритетними перспективними напрямками розвитку туризму в регіоні в умовах посилення маркетингової складової є:

1. Розвиток регіональних туристичних кластерів та сприяння їх трансформації у транскордонні туристичні кластери.
2. Сприяння формуванню й реалізації масштабних транскордонних проєктів у туристичній сфері з метою залучення іноземних інвестицій і розбудови туристичної та маркетингової інфраструктури що було започатковано в рамках проведення ЄВРО-2012.
3. Забезпечення пріоритету внутрішнього туризму й розроблення маркетингової стратегії розвитку туризму Закарпатської області для просування туристичного продукту "Закарпаття".
4. Формування нових туристичних продуктів та картографування нових туристичних маршрутів відповідно до світових та європейських стандартів маркування для поширення такої інформації у ТІЦ та мережі Інтернет.

Висновки. Отже, Закарпатська область, маючи вигідне географічне положення та геополітичне розташування, розвинену транспортну мережу, наявність значних природно-рекреаційних ресурсів та історико-культурних пам'яток, працелюбне і гостинне населення, може забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу, використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення лише за умови державної підтримки та чіткої організації туристичної діяльності, залучення інвестиційного капіталу, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази, залучення досвідчених і кваліфікованих кадрів. Міцні, ефективні, конкурентоспроможні й традиційні для Закарпаття кластери, окрім туризму, можуть бути сформовані в таких сферах: у виробництві екологічно чистої сільськогосподарської

продукції та препаратів з лікарських рослин, в рекреації у курортній сфері, у будівництві, лісовому господарстві, виноградарстві і виноробстві, народних промислах, лісовій і деревообробній промисловості, у транскордонному туристичному й діловому співробітництві з сусідніми регіонами.

Література

1. Про затвердження типових положень про управління (відділ) з питань туризму і курортів обласної, Київської та Севастопольської міської державної адміністрації та про відділ з питань туризму і курортів районної, районної в м. Києві та Севастополі державної адміністрації. Постанова Кабінету Міністрів України від 15.05.03 р., № 727. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Стратегія економічного та соціального розвитку Закарпатської області до 2015 року" / Затверджено рішенням Закарпатської обласної державної адміністрації від 23.11.2006 р.
3. Polsko-ukraińska strategia współpracy transgranicznej na lata 2007-2015. – Lublin, 2008. – 236 s.
4. Доценко А.І. Регіональне розселення: проблеми і перспективи. – К. : Вид-во "Наука думка", 1994. – 195 с.
5. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Вид-во "Книги – XXI", 2003. – 300 с.
6. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антоноук, Н.М. Ганич. – К. : Вид-во "Знання", 2008. – 661 с.
7. Чорненька Н.В. Організація туризму: навч. посібн. / Н.В. Чорненька. – К. : Вид-во "Атака", 2006. – 264 с.
8. Посацький Б. Передумови формування транскордонних туристичних агломерацій на прикладі Львівської області / Б. Посацький, О. Ярема. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/dprmu/201018/9PosJre.pdf>
9. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.eu.prostir.ua/news/246662.html?print>
10. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.zakarpattia.net.ua/ukr-news-79199-V-Uzhhorodi-obhovoriat-realizatsiiu-proektu-z-turystychnoi-pryvablyvosti-Zakarpattia>.
11. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/eucooperationnews/30_eucooperationnews_uk.pdf.
12. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.art.com.ua/files/sitefiles/projects/prj8.pdf>.
13. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.art.com.ua/files/sitefiles/projects/prj2.pdf>.
14. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.smbusiness.uzhgorod.ua/filelib/sou/Konceptiya_zamkiv.pdf

Милашовская О.И., Гоблык-Маркович Н.М. Перспективные направления активизации развития туризма в Закарпатской области

Определены предпосылки развития туризма в Закарпатской области. Исследованы основные перспективные направления активизации развития туризма в регионе. Предложено создание туристического кластера в Закарпатской области, что будет способствовать развитию туризма и повышению уровня конкурентоспособности туристического региона.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия развития туризма, туристический кластер приграничной территории, трансграничное сотрудничество в сфере туризма.

Milashovska O.I., Hoblyk-Markovich N.M. Promising tendency for active tourism development in the Transcarpathian region

The preconditions of tourism development in the Transcarpathian region are determined. The basic promising tendency of active tourism development in this region are examined. Proposed the creation of a tourism cluster in the Transcarpathian region that will promote tourism and enhance the competitiveness of tourism in the region.

Keywords: marketing strategy for tourism development, tourism cluster of border area, cross-border cooperation in tourism.